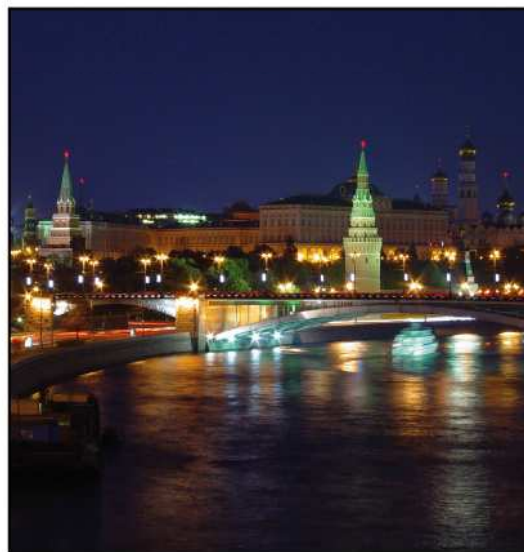


Executive Recruitment





Когда клиент говорит «нет»

Менеджеры по продажам по-прежнему востребованы на рынке труда

12 Мая 2009

| Сектор экономики | Ежемесячная базовая зарплата в рублях до уплаты налогов | |
|-------------------------------|---|------------------------|
| | Менеджер по продажам | Директор по продажам |
| IT/Телекоммуникации | 100 000 - 180 000 | 170 000 - 400 000 |
| Банки/Инвестиционные компании | 100 000 - 170 000 | 250 000 - 300 000 |
| Нефтегазовый сектор | 80 000 - 150 000 | 200 000 - 250 000 |
| Автомобильный сектор | 70 000 - 115 000 | 250 000 - 350 000 |
| FMCG | 60 000 - 140 000 | 150 000 - 350 000 |
| Фармацевтика | 60 000 - 80 000* | 200 000 - 250 000* |
| B2B | 50 000 - 100 000 | 150 000 - 250 000 |
| | *Менеджер по работе с ключевыми клиентами | *Коммерческий директор |

По данным рекрутинговой компании Antal Russia (Исследование проводилось за период с декабря 2008 г. по апрель 2009 г., в ходе исследования было опрошено более 200 кандидатов и более 100 компаний-работодателей)

Executive Recruitment



Менеджеры в области продаж остаются одними из самых востребованных на рынке труда. По данным рекрутинговой компании [Antal Russia](#) 20% вакансий среднего и высшего управленческих звеньев за период с начала 2009 года составляют именно вакансии в продажах. При этом, по данным Antal, в марте 2009 года количество «сейлзовых» позиций увеличилось на 18% по сравнению с предыдущим месяцем. Конечно, вакансий «сейлзов» стало меньше, чем до экономического спада, но компании продолжают набирать людей взамен ушедших или не очень эффективных сотрудников.

«В конце прошлого года многие компании значительно сократили свой штат. Теперь они могут контролировать свои издержки и начинают думать о том, как увеличить обороты, - рассказывает Кристиан Лепольяр, партнер Antal Russia. - Для этого они набирают сильных продавцов, которые привлекают в компанию деньги и развивают клиентскую базу, тем более, что сейчас на рынке достаточно хороших профессионалов, и у компаний есть все шансы собрать успешную команду».

Стабильный спрос на менеджеров по продажам сохраняется в FMCG, IT и в сервисных компаниях нефтегазового сектора. В банковском секторе в начале 2009 года наблюдался всплеск спроса на менеджеров по продажам облигаций, в связи с тем,

что ряд банков решил переориентироваться с продажи акций на это направление. Компании автомобильного сектора, специализирующиеся на запчастях, довольно активно набирают сотрудников в отделы продаж. Менее активны B2B компании, поскольку на них более заметно отразилась сложившаяся экономическая ситуация. В самом стойком на сегодняшний день секторе - фармацевтическом, вакансий продавцов в 2008 году было не очень много, та же тенденция сохраняется и сейчас.

Базовые зарплаты менеджеров и директоров по продажам остаются на том же уровне, что и в докризисные времена, однако бонусы, которые у «сейлзов» составляют значительную часть компенсационного пакета, заметно снизились. «Компании, в основном, смогли выплатить бонусы по результатам 2008 года, - поясняет Галина Немченко, партнер Antal Russia. - Но сейчас стало намного сложнее выполнять планы продаж, а, соответственно, и заработать бонус».

К примеру, именно по этому сейлз менеджеры в IT, просившие раньше при переходе 40-50% повышения в зарплате, сейчас стремятся сменить работу просто без потри в деньгах, стараясь увеличить фиксированную часть зарплаты. Работодатели автомобильного сектора уже не обещают новым сотрудникам

Executive Recruitment



поднять зарплату после испытательного срока. А зарплаты сейлзов инвестиционной сферы, значительно завышенные в условиях «перегретого» рынка, сравниваются с уровнем зарплат продавцов в других секторах экономики. Хотя некоторые работодатели по-прежнему готовы перекупать лучших специалистов у конкурентов, предлагая им 30% повышение, а в некоторых случаях и больше.

Работодатели стали более тщательно отбирать кандидатов на позиции в области продаж. Если раньше компании охотно брали людей из того же сектора, то теперь, они сужают область поиска и рассматривают кандидатов из аналогичных компаний. К примеру, компания, специализирующаяся на автомобильных шинах, скорее всего, проигнорирует резюме

менеджера с опытом продаж любых других автомобильных запчастей.

«Сейчас компании берут менеджеров по продажам среднего звена, которые могут просто проактивно продавать, гораздо меньше востребованы люди директорского уровня, способные управлять департаментом или отвечать за стратегии», - говорит Кристиан Лепольяр.

«Уже не нужны «мальчики на вырост», - добавляет Ирина Гусева менеджер направления IT/Sales Antal Russia. - Нужны зрелые люди, которые умеют открывать любые двери, обладают обширной сетью полезных контактов и смогут продать товар или услугу, даже когда клиент говорит «нет»».